

**La RSE como Mecanismo de Participación, Análisis y Apoyo para determinar
acciones en la Empresa Alpina S.A.**

Mayuli Alexandra Duarte

Isabel Cristina Palacio

Ricky Fernando Neira

Andrés Felipe Monroy

Adela Zorayda Álvarez

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN
Administración de Empresas
Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social
Empresarial
Mayo 22 de 2021

**La RSE como mecanismo de participación, análisis y apoyo para determinar
acciones en la Empresa Alpina S.A.**

Mayuli Alexandra Duarte

Isabel Cristina Palacio

Ricky Fernando Neira

Andrés Felipe Monroy

Adela Zorayda Álvarez

Tutora:

Yudith Caicedo Domínguez

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN
Administración de Empresas
Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social
Empresarial
Mayo 22 de 2021

Tabla De Contenido

Resumen	11
Abstract.....	12
Introducción.....	13
Problema Central	14
Objetivos.....	15
Objetivo General.....	15
Objetivo Específicos	15
Marco Conceptual.....	16
Marco Teórico	18
<i>Historia</i>	20
<i>Misión</i>	21
<i>Visión</i>	21
<i>Valores</i>	21
<i>Estructura Organizacional</i>	22
Marco Legal.....	23
Resultados.....	26
Gobernanza de la Organización	26
Derechos Humanos	29
Prácticas Laborales	31
Medio Ambiente	35
Asuntos de Consumidores.....	41
Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad	44
Stakeholders.....	47
Árbol de problemas.....	50
Árbol de objetivos.....	51
Mapa estratégico	52
Plan de acción y seguimiento (ver tabla 2).....	53
Dimensión Económica	55
Dimensión social.....	55
Dimensión ambiental	55
Conclusiones.....	56
Bibliografía.....	57

Lista de Tablas

Tabla 1: Stakeholders.....	47
Tabla 2: Plan de acción y seguimiento económico.....	53

Lista de Imágenes

Imagen 1: Estructura organizacional de la empresa Alpina S.A.....	22
Imagen 2: Resultados obtenidos en la pregunta 1	26
Imagen 3: Resultados obtenidos en la pregunta 2	27
Imagen 4: Resultados obtenidos en la pregunta 3	27
Imagen 5: Resultados obtenidos en la pregunta 4	29
Imagen 6: Resultados obtenidos en la pregunta 5	30
Imagen 7: Resultados obtenidos en la pregunta 6	30
Imagen 8: Resultados obtenidos en la pregunta 7	31
Imagen 9: Resultados obtenidos en la pregunta 8	32
Imagen 10: resultados obtenidos en la pregunta 9.....	32
Imagen 11: resultados obtenidos en la pregunta 10.....	35
Imagen 12: Resultados obtenidos en la pregunta 11	35
Imagen 13: Resultados obtenidos en la pregunta 12	36
Imagen 14: Resultados obtenidos en la pregunta 13	38
Imagen 15: Resultados obtenidos en la pregunta 14	39
Imagen 16: Resultados obtenidos en la pregunta 15	39
Imagen 17: Resultados obtenidos en la pregunta 16	41
Imagen 18: Resultados obtenidos en la pregunta 17	41
Imagen 19: Resultados obtenidos en la pregunta 18	42
Imagen 20: Resultados obtenidos en la pregunta 20	44
Imagen 21: Resultados obtenidos en la pregunta 21	45
Imagen 22: Árbol de problemas	50
Imagen 23: Árbol de objetivos.....	51
Imagen 24: Mapa estratégico	52

Lista de Anexos

Anexo A Formato recolección Información.....	39
Anexo B enlace Código de ética.....	39

Resumen Analítico Especializado RAE

1. Información General

Titulo	La Responsabilidad Social Empresarial como Mecanismo de Participación, Análisis y Apoyo para determinar acciones en la Empresa Alpina S.A.
Autores	Mayuli Alexandra Duarte Isabel Cristina Palacio Ricky Fernando Neira Andrés Felipe Monroy Adela Zorayda Álvarez
Fecha	Mayo de 2021
Lugar de elaboración	Boyacá, Colombia
Tipo de documento	Trabajo de grado diplomado
Nombre del director	Yudith Caicedo Domínguez
Palabras claves	Estudio, mecanismos, mejoras, responsabilidad social empresarial, trayectoria.

2. Contenidos

Resumen	Se generó un proceso de análisis de la RSE a la empresa de productos Alimenticios Alpina S.A, por tratarse de una compañía reconocida tanto en Colombia como en otros países donde también hace presencia con sus productos, los cuales son reconocidos y preferidos por gran parte de la población,
---------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

teniendo en cuenta la trayectoria y los procesos que se realizan para obtener los productos en las diferentes plantas.

Objetivo General	Mejorar el programa de Responsabilidad Social Empresarial aplicado a la organización Alpina S.A para así generar un plan de desarrollo sostenible en dicha organización, contemplando el compromiso ético, social, económico y ambiental de la empresa de tal manera que se garantice su crecimiento sin generar un impacto negativo en ninguna de las dimensiones descritas.
Contenido	El siguiente trabajo se realiza en un contexto empresarial en donde se ejecutó una investigación exhaustiva a una empresa en este caso colombiana, nuestra empresa objeto de estudio es Alpina S.A empresa donde su principal producción está basada en los productos alimenticios a base de lácteos, para la elaboración de este trabajo se tuvieron en cuenta aspectos con relación a la RSE, de igual manera se implementaron los componentes de la norma ISO 26000, con el fin de mejorar procesos internos de la empresa al implementar el árbol de objetivos, estos generan gran valor en el desarrollo de la investigación.
Instrumentos utilizados	El instrumento utilizado para tener conocimiento de la situación fue la encuesta. La encuesta se utiliza con el fin de recolectar información en relación con una problemática presentada al interior de una

empresa, en donde lo que se busca es obtener una base de datos estadísticos los cuales permitan comprender la realidad de la empresa.

Conclusiones	<p>Con la realización de este diplomado se obtuvieron conocimientos acerca de responsabilidad social empresarial y normativa ISO 26000, los cuales se pusieron en práctica al implementarlos en nuestra empresa objeto de estudio, fue un trabajo en equipo pues cada uno de los integrantes del diplomado dio a conocer sus puntos de vista los cuales fueron tenidos en cuenta a la hora de darle solución y seguimiento a la problemática central encontrada en la empresa Alpina S.A</p>
Referencias Principales	<p>(Alpina, 2017) condecoración a la responsabilidad social empresarial. obtenido de https://www.alpina.com/corporativo/somos-alpina/noticias/alpina-es-condecorada-con-el-premio-andesco-a-la-responsabilidad-social</p> <p>(Alpina, 2017) política de tratamiento de la información. obtenido de https://www.alpina.com/portals/_default/terminos-condiciones/politica-informacion.pdf</p> <p>(Alpina, 2018) declaración de derechos humanos. obtenido de https://www.alpina.com/portals/_default/buen-gobierno/declaraci%C3%B3n-derechos-humanos.pdf?ver=2018-03-27-202145-</p>

(Arevalo- Martínez & Ortiz-Rodríguez , 2019)

Direccionamiento Estratégico y Crecimiento Empresarial:

Reflexiones en torno a su relación. Revista Pensamiento y

Gestión, 28-106

Resumen

Se determina la ejecución del diagnóstico de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la organización de productos Alimenticios Alpina S.A, por tratarse de una compañía reconocida tanto en Colombia como en otros países donde también hace presencia con sus productos, los cuales son reconocidos y preferidos por gran parte de la población, teniendo en cuenta la trayectoria y los procesos que se realizan para obtener los productos en las diferentes plantas, se opta por su estudio, para lo cual se hace necesario dar inicio a un proceso de búsqueda de información, análisis, recolección e interpretación de resultados, todo con la finalidad de llegar a un plan de acción que permita realizar las mejoras pertinentes de acuerdo a los hallazgos obtenidos.

De los trabajos realizados dentro de este estudio se destaca la realización del manual Ético para la entidad de Productos Alimenticios Alpina S.A, documento que busca establecer mecanismos y puntos de partida para que la operación de la compañía se encuentre regida por normas y políticas que permitan una total transparencia en sus funciones tanto a nivel interno como externo, permitiendo así que pueda continuar vigente como una de las compañías más reconocidas por sus excelentes productos, innovación y trayectoria en el mercado de los lácteos (Alpina, 2017).

Palabras claves: estudio, mecanismos, mejoras, responsabilidad social empresarial, trayectoria.

Abstract

The analysis process of Corporate Social Responsibility (CSR) is carried out at the company Alpina Products Alimenticios SA, as it is a recognized company both in Colombia and in other countries where it is also present with its products, which are recognized and preferred by Great part of the population. Taking into account the trajectory and the processes that are carried out to obtain the products in the different plants, it is decided to study them, for which it is necessary to start a process of information search, analysis, collection and interpretation of results, all with the aim of arriving at an action plan that allows making the pertinent improvements according to the findings.

Of the work carried out within this study, the Code of Ethics for the company Products Alimenticios Alpina SA stands out, a document that seeks to establish mechanisms and starting points so that the operation of the company is governed by rules and policies that allow a total transparency in its functions both internally and externally, thus allowing it to continue in force as one of the most well-established companies due to its excellent products, innovation and track record in the dairy market (Alpina, 2017).

Keywords: Study, mechanisms, improvements, Corporate Social Responsibility, trajectory.

Introducción

Se realiza este trabajo en donde se encuentra el modelo de RSE al igual que la implementación de la norma ISO 26000 que se ha elaborado a nivel corporativo para la empresa Alpina S.A, siendo esta una empresa cuya actividad económica consiste en llevar a cabo la producción de diferentes alimentos a base de productos lácteos.

De acuerdo a lo descrito anteriormente es posible entonces observar que el presente documento contiene en primer lugar todo lo referente a los antecedentes de la organización de tal manera que se presenta la problemática identificada en el margo lógico y los objetivos planteados a partir de dicha problemática, seguido de esto se presenta el marco referencial en donde se da a conocer un ensayo argumentativo de las formas de gestionar las características, y elementos de la RS, así como el marco institucional y legal, en cuanto a los resultados se presenta el diagnostico obtenido mediante la aplicación de la herramienta de obtención de información (encuesta) a la empresa Alpina S.A así como la evaluación de los resultados obtenidos, basados en este análisis se da a conocer la matriz de marco lógico compuesta por el arboles de problemas, de objetivos y mapa estratégico, finalmente se presenta el plan de mejoramiento compuesto por una hoja de ruta detallada en la cual se presentan los objetivos estratégicos, así como la estrategia, plazo, costo e indicador de cada una de las facetas de la empresa (social, económica y ambiental).

Problema Central

La RSE como mecanismo participativo para llevar a cabo la disminución de las quejas por parte de la comunidad local con relación a los desechos producidos por la empresa, donde se trata la derivación de unas posibles consecuencias de interacción social, ambiental, y productiva. Todo esto con el fin de enfatizar en los programas normativos, para garantizar un efectivo estudio de Responsabilidad Social Empresarial, donde sus principales acciones estén basadas en los resultados positivos empresariales de la organización.

Objetivos

Objetivo General

Ejecutar el dinamismo y acción del programa de responsabilidad social empresarial aplicado a la empresa Alpina S.A por medio del cual se implemente un desarrollo sostenible, contemplando el acuerdo ético, económico, social y ambiental de la empresa de tal manera que se garantice su crecimiento sin generar un impacto negativo en ninguna de las demás dimensiones.

Objetivo Específicos

Realizar un diagnóstico previo a la empresa de lácteos Alpina S.A con la intención de reunir información acerca de las posibles falencias que se presentan al interior de esta en aspectos relacionados con la normativa ISO 26000.

Redactar un árbol de problemas en donde se visualice las causas y efectos y de esta manera poder conocer cuál es la problemática central de la empresa.

Convertir el problema en un objetivo en donde se busque dar soluciones a cada uno de los ítems mencionados en el marco lógico.

Elaborar un mapa estratégico con el fin de conocer la visión de los objetivos para posteriormente lograr mayor efectividad en decidir lo mejor para la empresa.

Cumplir a cabalidad con el plan de mejoramiento implementado en la empresa de Alpina S.A.

Marcos Referenciales

Marco Conceptual

Como complemento a las temáticas vista en cada uno de las unidades para el curso de gerencia estratégica y responsabilidad social empresarial se da a conocer a continuación una serie de conceptos los cuales son de vital importancia y a tener en cuenta en el desarrollo de esta investigación.

Desarrollo Social: De acuerdo a lo mencionado por los autores nos indican que el desarrollo social es todo aquello que mueve económicamente una sociedad, es decir para que en una sociedad exista un desarrollo o crecimiento social tiene que estar en constante evolución en los individuos u organizaciones con relación a una sociedad.

Ética Empresarial: De acuerdo con lo mencionado por sus autores se dice que la ética empresarial cumple un papel importante dentro de una sociedad, la ética empresarial se puede apreciar desde diferentes puntos de vista ya sean filosóficos, antropológicos, epistemológicos etc... sin embargo, las leyes que rigen a una sociedad toman un papel importante en influir en la ética empresarial con oposición (De la cruz & Fernández, 2016).

Pensamiento Estratégico: De acuerdo a lo mencionado por sus autores podemos comprender que el pensamiento estratégico está muy arraigado al crecimiento empresarial, pues estamos en un mundo globalizando en donde la alta competencia y la constante evolución ya que sus líderes son los encargados de mantener la rentabilidad operativa, motivar al personal y satisfacción del cliente en base a sus gustos o preferencias (Gioffreda , 2019).

Desarrollo Sostenible: De acuerdo a lo mencionado por los autores el desarrollo sostenible abarca todo lo relacionado con preservar a toda costa los recursos naturales en función de los cuales se mueve la economía y la sociedad (Arevalo- Martínez & Ortiz-Rodríguez , 2019)

Excelencia empresarial: De acuerdo a lo mencionado por sus autores la excelencia empresarial es el paso primordial que ayuda a la empresas u organizaciones a cumplir sus metas a la medida que obtiene máximo provecho de su eficacia y de esta manera a corto plazo obtener resultados positivos en su desarrollo económico.

(Stakeholders)O también conocidos como partes interesadas: Son un conjunto de individuos, organizadas en pro del mejoramiento continuo de una empresa, estos sectores de efecto se pueden fraccionar en internos y externos, decimos que los sectores de interés internos (Accionista trabajadores y directivos) y los grupos de interés externos son (clientes, proveedores, sindicatos y entidades financieras), (Marulanda & Rojas , 2019).

Sostenibilidad: La sostenibilidad es la forma inteligente en que los líderes de una organización generan valor desde lo económico, lo social y medio ambiente, contribuyendo de una forma significativa en prolongar los recursos naturales para que las nuevas generaciones hagan uso adecuado y responsable de estas.

Estrategia: La estrategia son aquellos procesos administrativos y operativos que permiten la evolución o crecimiento económico de una organización es decir son aquellas estrategias que ayudan a fidelizar a los clientes con la marca, como retener los clientes a la medida que se satisfacen sus necesidades, de igual manera con cada una de las estrategias implementadas por la empresa se busca posicionar su imagen corporativa por encima de sus competidores (Bruzco , 2015).

Gerencia estratégica: La gerencia estratégica se centra en investigar el porqué de que unas empresas tienen éxitos y otras fracasan, mediante el análisis estratégico se buscan las causas por las cuales las empresas fracasan y de esta manera se ordenan y administran los cambios que

ayudaran a formular los objetivos de la organización y de esta manera establecer las estrategias para lograrlos (Ramírez , Nelson , & Harold , 2020).

Marco Teórico

La RSE es un término del cual las organizaciones independientemente de su tamaño o actividad económica, tendrán que llevar de la mano, no solo porque exista obligatoriedad para implementarla, sino también por los beneficios que esta aporta a nivel social y económico (Cesar Saenz , 2016) nos habla del retorno social, un concepto que busca examinar el impacto de la RSE a través de la aplicación del modelo de cálculo de retorno social y ambiental (Fonseca , El desarrollo sostenible humano local: La evolución de la inclusión del territorio en las teorías del desarrollo, 2019) señala que: “El desarrollo humano busca mejorar la calidad de vida para las generaciones actuales y futuras. Implica generar acciones tendientes a gestionar el componente ecológico, social y económico”.

Aclaremos en que consiste la gestión de estos componentes. De acuerdo a (Cajiga , 2013) es: “La acción responsable “integral” implica el análisis y la definición del alcance que la organización tendrá, como ya se estableció, en relación a las distintas necesidades, expectativas y valores que conformar el ser y el quehacer de las personas y de las sociedades con las que interactúa”.

Para la toma de acciones responsables y que la RSE llegue a ser una realidad en las empresas, deberá existir disposición por parte de la Gerencia y demás directivos, de impulsar y promover dentro de sus organizaciones este modelo. De acuerdo con (León & León , 2018) “Se deben implementar estrategias que generen beneficios e impulsen el desarrollo de todos los entes involucrados en la organización”. Adicionalmente (Rodríguez , Cabrera , & Frías , 2018). Dicen: “La incorporación de la RSE a las estrategias organizacionales se viene canalizando a través de

multitud de iniciativas que persiguen inculcar de forma práctica y efectiva este nuevo valor de conciencia empresarial en los procesos productivos de las empresas y demás actividades”

Además de lo descrito anteriormente resulta importante considerar el hecho de que la RSE cuente con un impulsor el cual tradicionalmente ha sido los stakeholders estos son definidos por (Sánchez , 2007) como “todas aquellas personas, grupos, empresas, comunidad y sociedad que tienen en la existencia y desarrollo de una empresa” de esta manera los stakeholders hace referencia a aquellos interesados de forma directa e indirecta y con la capacidad para influenciar decisiones al interior de la empresa, algunos de los ejemplos de stakeholders son empleados, clientes, proveedores entre otros.

Una vez comprendida la RSE resulta entonces importante cuestionarse en cuanto a ¿Como las empresas impulsarán el proceso de la RSE de una manera sistémica y que conlleve a los resultados esperados? Para dar respuesta a este interrogante, tomamos como referencia a: corresponsal de Calvo, la ISO 26000, la cual es una guía creada especialmente para orientar los procesos de la Responsabilidad Social Empresarial (ISO, 2010).

“Esta norma Internacional proporciona orientación sobre los principios que subyacen en la Responsabilidad Social, el Reconocimiento de la Responsabilidad Social y el involucramiento con las partes interesadas” (Medina & Moreno , 2009)

Existen una serie de prácticas importantes que deben tenerse en consideración al momento de llevar a cabo la implementación de la RSE al interior de una empresa, entre las practicas más destacada se encuentra el hecho de mejorar la vida laborar de los empleados mediante el hecho de promover el crecimiento de una empresa, en la cual todos se sienten orgullosos y felices de trabajar, este aspecto es altamente importante puesto que da lugar a tasas de retención superiores y mejora los procesos de reclutamiento de la compañía, en cuanto a este

aspecto de mejorar la vida laboral de los empleados, (Rodríguez , Cabrera , & Frías , 2018), han determinado que el factor del éxito de una empresa, parte del grado de bienestar que tienen los empleados de la misma, esto mediante mecanismos efectivos que dan lugar a una reducción considerable de los niveles de estrés de los empleados, logrando de esta manera una mayor satisfacción y compromiso por parte de estos.

Finalmente se concluye, que la RSE es un mecanismo de ayuda para la optimización de procesos en las organizaciones, que debe existir por parte de la Gerencia una disposición para su implementación, apoyados en la norma ISO 26000.

Marco Institucional

Alpina es una Organización de tipo Multinacional enfatizada en la fabricación de alimentos derivados y en base de la leche, Cuenta con plantas productoras en 4 países (Colombia, Ecuador, Venezuela y Estados Unidos). Alpina se caracteriza por ser una de las empresas con mayor reconocimiento y prestigio en Colombia por contar con un amplio portafolio en alimentos lácteos, adicionalmente, por la calidad y sabor de sus productos.

Historia

Fue para el año 1945 que se fundó Alpina en Sopó Cundinamarca, sus inicios fueron produciendo queso. Fundadores Walter Googel y Max Banzinger, a mediados de los años 40 y 60 alpina inaugura su primera planta de procesamiento, comercialización y distribución de lácteos, empezando con una compra de quinientas botellas y que hoy por hoy procesa más de 1,3 litros de leche diarios.

Dentro de sus productos icónicos más comercializados encontramos, kumis, yogurt de fresa y algunos quesos madurados, en los años 70 la empresa dio a conocer un producto que

revolucionaria la industria por ese entonces, como el arequipe, la leche entera y la gelatina boggy, productos que hoy se caracterizan por estar en la canasta familiar.

Misión

Poner a disposición de todos los clientes productos de excelente calidad, que contribuyan a la sana alimentación principalmente de los niños y de la población en general que los consuma (Alpina, 2018).

Visión

Mantener en el mercado productos de calidad, que continúen alimentando futuras generaciones, además, contribuir con una huella limpia al Medio ambiente (Alpina, 2018).

Valores

- **Respeto:** El cual se entrega a cada uno de nuestros clientes, al ofrecerle productos de calidad, elaborados con materias primas de excelente calidad.
- **Austeridad:** Cada empleado de Productos Alimenticios Alpina, conservará y cuidará los recursos con los que disponen para ejercer su labor, generando las menores pérdidas y desperdicios posibles.
- **Resiliencia:** Alpina afrontará como reto las circunstancias adversas que se presenten, con el convencimiento de adquirir aprendizaje y convertir las situaciones desfavorables en favorables.
- **Equidad:** La Empresa dará igual tratamiento a todos sus grupos de interés, procurando siempre la igualdad.
- **Solidaridad:** La empresa Alpina destinará recursos para aportar de manera gratuita alimentos a las comunidades más necesitadas.

- **Empatía:** Alpina mostrará siempre respeto y empatía por la competencia, procurando espacios de aprendizaje y de creación de ideas que cooperen al progreso de cada una de las empresas involucradas

(Alpina, 2018)

Estructura Organizacional

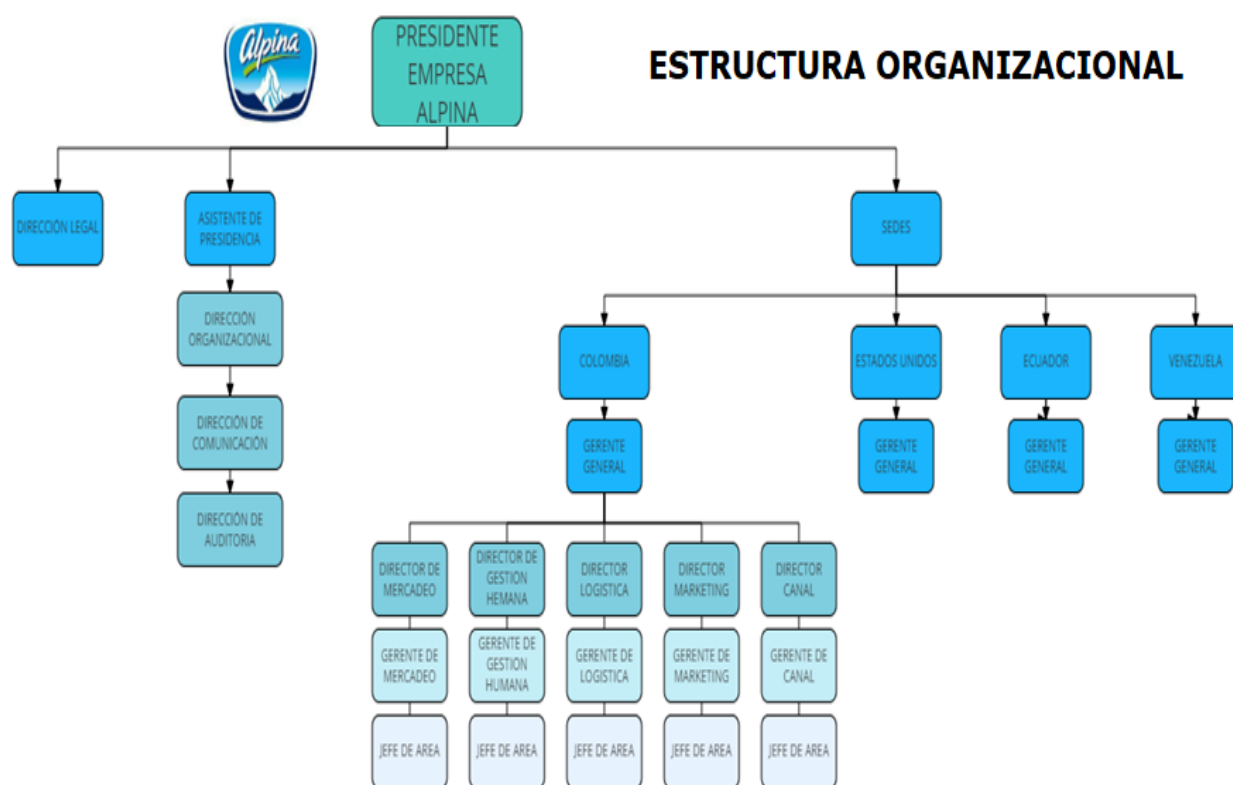


Imagen 1: Estructura organizacional de la empresa Alpina S.A

Fuente: Organigrama tomado desde la pg. web oficial de la empresa Alpina S.A

Nota: Estructura actual de la empresa

Marco Legal

La relación de toda organización está basada en el contexto que tiene la sociedad como organismos participativos de responsabilidad social, en el presente documento se plasman las ideas, hipótesis y argumentos como texto de ensayo en determinación de la aplicación de la normatividad internacional (ISO, ISO 26000, 2010).

A partir de allí se realizará un análisis respecto a la necesidad humana de interacción con el desarrollo de toda organización, la responsabilidad y surgimiento de las mismas para garantizar sus siete (7) principios definidos por (ISO, ISO 26000, 2010) (P.5) establecidos como;

- Gobernanza de la organización
- Derechos humanos
- Prácticas laborales
- Medio ambiente
- Prácticas justas de operación
- Asunto de consumidores
- Participación activa y desarrollo de la comunidad

Argumentación

En la ideología de cada organización siempre estará basada en el método de los procesos del medio que interactúa, no solo en suministro cada producto y servicio que satisfaga las necesidades de los clientes, sino también una sostenibilidad de la organización, donde se puede realizar ejecuciones sin poner en riesgo o peligro el medio ambiente o el capital humano con una operación socialmente responsable.

(Fonseca , El desarrollo sostenible humano local: La evolución de la inclusión del territorio en las teorías del desarrollo, 2019), define que la institucionalidad empresarial prevé,

que su principal acción de ingresos sea satisfactoria con la visión de sus objetivos, es decir, que los clientes, consumidores, gobiernos, accionistas, colaboradores, asociaciones, y la sociedad en general, se encuentren en un nivel de satisfacción acorde al funcionamiento, también por otro lado, se puede afirmar que al mismo tiempo se deben ejecutar el desarrollo de las organizaciones con los factores anteriormente mencionados, frente a los líderes organizaciones para la prospectiva de un éxito duradero, que se debe basar en buenas prácticas y negocios atribuidos en la prevención de actividades tales como contabilidades fraudulentas y la explotación laboral.

La norma ISO 26000 se ejecuta y se desprende de una comprensión estructurada globalmente, donde es relevante la responsabilidad social con organizaciones donde su funcionamiento debe estar basado siempre en las buenas prácticas, para garantizar una operación justa en cumplimiento de sus objetivos estructurales e institucionales. También de asistir al crecimiento sostenible, entabla un compromiso responsable, donde se debe accionar circunstancias de mejoras en aspectos claves para una organización, tales como; ventaja competitiva, estabilidad y reputación, capacidad para mejorar la estructura operativa, fidelización y aumento de capital humano, acciones de mejora y provisiones estratégicas con el fin de una asistencia al dinamismo empresarial de su implementación, sostenimiento y progreso de cada marco estructural.

Finalmente se concluye de acuerdo a la planeación de Junta de (González , Manzano , & Torres , 2019), que la estabilidad de las organizaciones con la implementación de esta norma, pues un factor predominante de estabilidad de las organizaciones, siempre será la perspectiva de la ciudadanía, donde sus consumidores como actores principales que promueven sus ventas, los clientes que de algún modo se están fidelizando y al tiempo generando la rentabilidad de la organización, la conformación de ética empresarial frente a sus actores sociales, y los

dinamismos por los cuales están conformada su estructura operativa y de capital humano, que siempre será el valor más grande de toda organización.

Resultados.

La encuesta es un instrumento que nos facilita la recolección de datos, generándonos una investigación cuantitativa en donde se toman los datos estadísticos para posteriormente tomar acciones en pro del mejoramiento continuo de la empresa Alpina S.A

Esta encuesta fue diligenciada por un total de 50 empleados que ocupan diferentes cargos al interior de la empresa Alpina S.A como resultado de la aplicación de la encuesta se obtuvieron los siguientes resultados estadísticos reportados a continuación los cuales se encuentran con su respectivo análisis. (ver Imagen. 2)

Gobernanza de la Organización

1. ¿La empresa tiene implementado un conducto regular para denunciar actos de corrupción al interior de la misma el cual es conocido por todos los empleados que la conforman?

50 respuestas

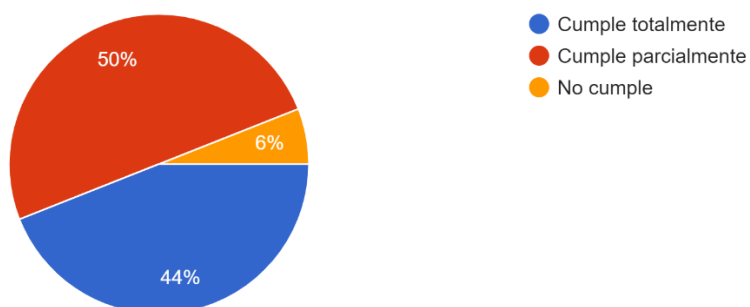


Imagen 2: Resultados obtenidos en la pregunta 1

Fuente: Gráfica generada automáticamente en base a la información recolectada

2. ¿Existe un programa con el fin de promover la representación justa de grupos minoritarios, (incluyendo mujeres y grupos raciales y étnicos), en cargos directivos de la organización?

50 respuestas

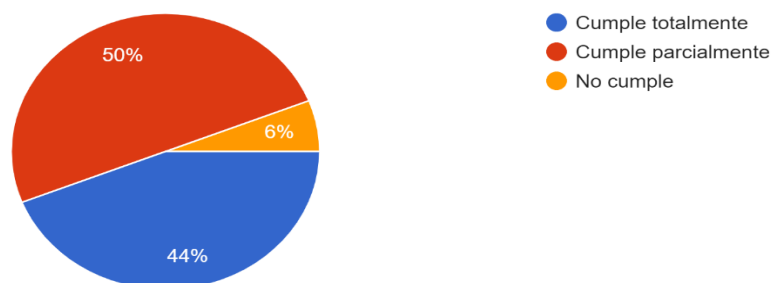


Imagen 3: Resultados obtenidos en la pregunta 2

Fuente: Gráfica generada automáticamente en base a la información recolectada

3. ¿Los mecanismos de participación establecidos, son enfáticos en la promoción de igualdad para sus empleados?

50 respuestas

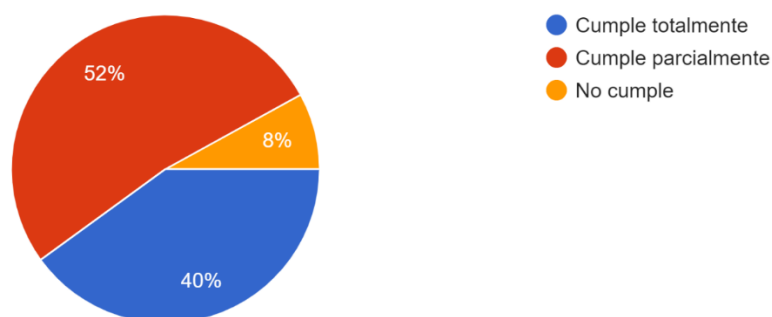


Imagen 4: Resultados obtenidos en la pregunta 3

Fuente: Gráfica generada automáticamente en base a la información recolectada

En cuanto al aspecto de gobernanza de la organización fueron formuladas 3 preguntas mediante las cuales fue posible concluir que el 44% de los empleados de la empresa que respondieron la encuesta aseguran que esta cumple totalmente el hecho de tener implementado

un conducto regular para denunciar actos de corrupción al interior de la organización y que dicho conducto es conocido por ellos, por otra parte, el 50% respondieron que la empresa cumple parcialmente este aspecto, mientras que el 6% respondieron que la empresa no cumple este aspecto.

Por otra parte, el 44% de los empleados que participaron en la encuesta afirman que la empresa cumple totalmente con el hecho de tener contar con un programa que promueva la representación justa de los grupos minoritarios en cargos directivos de la organización, otro 50% afirman que la empresa cumple parcialmente este aspecto y el 6% afirma que la empresa no cumple dicho aspecto.

Finalmente, el 40% de los empleados que participaron en la encuesta afirman que la empresa cumple totalmente con el hecho de tener mecanismos de participación establecidos los cuales se caracterizan por ser enfáticos en la promoción de igualdad para sus empleados, por otra parte el 52% afirman que la empresa cumple parcialmente este aspecto mientras que el 8% afirma que la empresa no cumple dicho aspecto.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la variable de gobernanza de la organización es posible afirmar que esta compañía cuenta con bases solidas en el sistema por el cual la misma lleva a cabo la toma e implementación de decisiones para lograr sus objetivos. Al ser gobernanza de la organización considerado quiza el pilar más importante puesto que es mediante la toma de decisiones que la empresa puede establecer un cambio hacia una conducta socialmente más responsable es posible entonces afirmar que Alpina S.A se encuentra bien encaminada hacia el hecho ser considerada una empresa con un alto nivel de responsabilidad social empresarial. Algunas de las cosas que la empresa puede implementar para fortalecer su gobernanza es:

- ✓ Mejorar las oportunidades de grupos vulnerables para ocupar puestos de liderazgo

- ✓ Mejorar la comunicación con las partes interesadas
- ✓ Fomentar la participación de miembros de la organización en actividades de responsabilidad social
- ✓ Asegurarse de que las estrategias implementadas se comuniquen de forma efectiva y eficaz a toda la compañía.

Derechos Humanos

4. ¿Los tratos entre los diferentes empleados de la empresa promueven los derechos establecidos en la carta universal de los derechos humanos?

50 respuestas

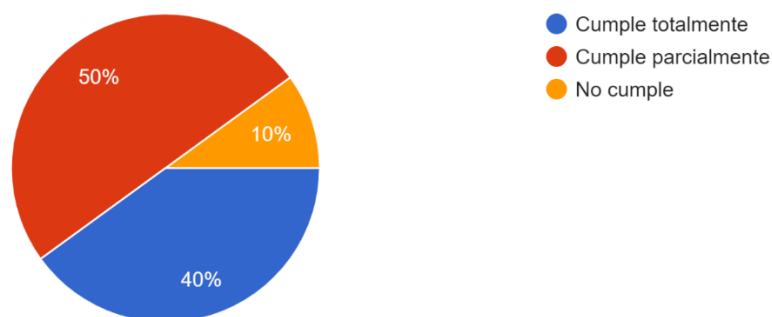


Imagen 5: Resultados obtenidos en la pregunta 4

Fuente: Gráfica generada automáticamente en base a la información recolectada

5. ¿La empresa promueve prácticas que establezcan el respeto y el derecho a un trabajo digno, en donde no se vean violados sus derechos?

50 respuestas

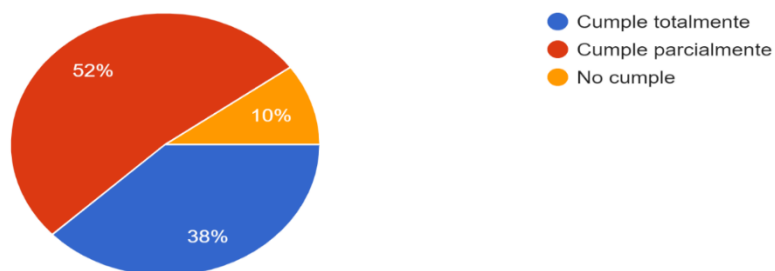


Imagen 6: Resultados obtenidos en la pregunta 5

Fuente: Gráfica generada automáticamente en base a la información recolectada

6. ¿Existen medidas que permitan medir la manera en que las actividades existentes y propuestas puedan afectar los derechos del empleado?

50 respuestas

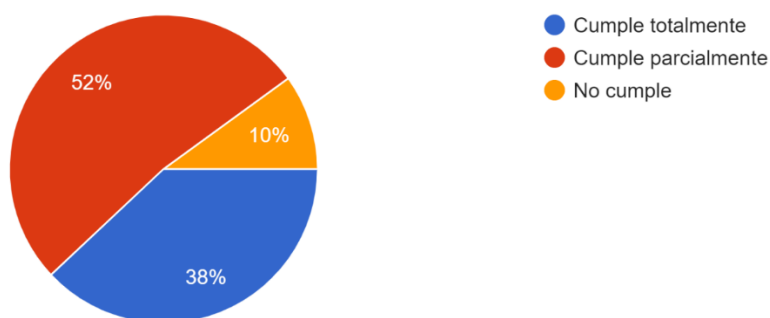


Imagen 7: Resultados obtenidos en la pregunta 6

Fuente: Gráfica generada automáticamente en base a la información recolectada

De acuerdo a los resultados obtenidos para la variable derechos humanos fueron formuladas tres preguntas obteniéndose como resultado que el 40% de los empleados que respondieron la encuesta afirman que la empresa cumple totalmente con el hecho de garantizar

que los tratos entre los diferentes empleados de la empresa promueven los derechos establecidos en la carta universal, mientras que el 50% afirman que cumple en parte a este aspecto en cuanto al 10% afirman que la empresa no desempeña en cuanto a dicho aspecto.

Por otra parte, el 38% de los empleados que participaron en la encuesta afirman que la empresa promueve prácticas que establecen el respeto y el derecho a un trabajo digno sin ser violados sus derechos, por su parte el 52% de los empleados afirman que la empresa cumple de forma parcial este aspecto y el 10% afirman que la empresa no cumple con este aspecto.

Finalmente, el 38% de los empleados que participaron en la encuesta afirman que la empresa cumple totalmente con el aspecto de contar con medidas que permitan tener conocimiento en cuanto a las acciones existentes y planteadas que pueden perturbar los derechos del empleado, el 52% afirman que la empresa cumple de forma parcial este aspecto mientras que el 10% afirman que la empresa no cumple con dicho aspecto.

Prácticas Laborales

7. ¿Los empleados son sometidos a procesos constantes que pretenden evaluar la satisfacción de los mismos con la carga laboral, horarios de trabajo y salarios?

50 respuestas

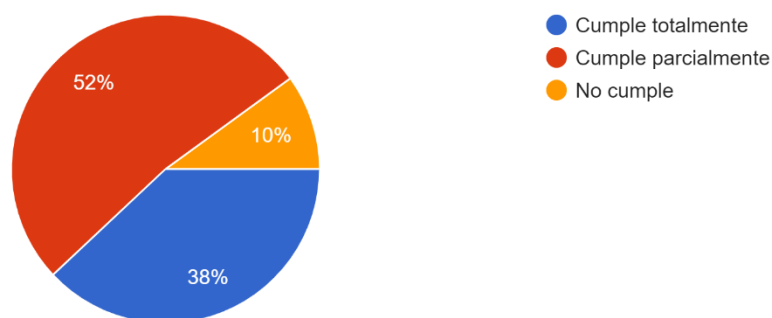


Imagen 8: Resultados obtenidos en la pregunta 7

Fuente: Gráfica generada automáticamente en base a la información recolectada

8. ¿Dentro de las prácticas laborales establecidas por la empresa existen procedimientos disciplinarios y de conflicto que son aplicados por esta?

50 respuestas

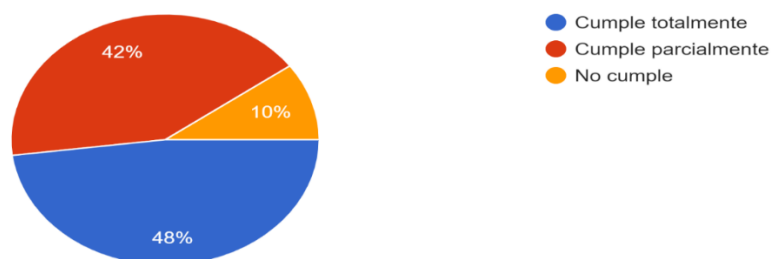


Imagen 9: Resultados obtenidos en la pregunta 8

Fuente: Gráfica generada automáticamente en base a la información recolectada

9. ¿Dentro de la empresa existen normas que garanticen la igualdad de oportunidades para todos los trabajadores y que estas no discriminen ya sea ...ra indirecta o directa en ninguna práctica laboral?

50 respuestas

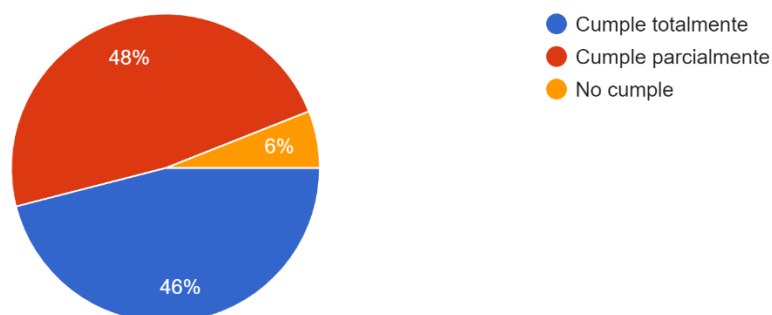


Imagen 10: resultados obtenidos en la pregunta 9

Fuente: Gráfica generada automáticamente en base a la información recolectada

Para el análisis de la variable prácticas laborales se formularon 3 preguntas con la finalidad de obtener información pertinente acerca de las condiciones laborales a las que son sometidos los trabajadores de la empresa de lácteos Alpina S.A, de esto se pudo analizar que en

la pregunta ¿los empleados son sometidos a procesos que pretenden evaluar la satisfacción de los mismos con la carga laboral, horarios de trabajo y salarios? en base a la información recolecta y al análisis estadístico aplicado para la recolección de datos se concluyó y tomando el porcentaje más alto que un 52% de los encuestados opino que la empresa cumple parcialmente con los planes de SG-SST e implementación de la norma ISO 26000, continuando con la pregunta ¿dentro de las prácticas laborales establecidas por la empresa existen procedimientos disciplinarios y de conflicto que son aplicados por esta?, de acuerdo la información recolectada se concluye que la mayoría de los encuestados mencionan que la empresa Alpina S.A cumple totalmente pues tenemos un porcentaje del 48%, y de acuerdo a lo estudiado en la siguiente pregunta ¿Dentro de la empresa existen normas que garanticen la igualdad de oportunidades para todos los trabajadores que no discrimen ya sea de manera indirecta o directa en ninguna practica laboral? se concluyó que en un 48% de los encuestados respondieron que se cumple parcialmente.

Con base al análisis anterior podemos concluir a nivel general que la empresa Alpina S.A presta unas condiciones de prácticas laborales actas a sus empleados al igual que implementa en su gran mayoría lo planteado en la ISO 26000, se sugiere que para que las condiciones laborales de sus empleados y que ese margen de porcentaje estudiado anteriormente suba a un 90% se debe de implementar los siguientes ítems:

- ✓ Asegurarse de que todo trabajo sea desempeñado por mujeres y hombres reconocidos legalmente como empleados o reconocidos legalmente como trabajadores autónomos.
- ✓ Asegurar que las condiciones de trabajo cumplen las leyes y regulaciones nacionales y que sean coherentes con las normas laborales internacionales pertinentes.

- ✓ Ofrecer condiciones de trabajo que sean comparables a las que ofrecen otros empleadores similares en la localidad afectada y que permitan, en la mayor medida posible, el equilibrio entre el trabajo y la vida privada.
- ✓ Ofrecer salarios y otras formas de remuneración de conformidad con las leyes, regulaciones o acuerdos colectivos. Una organización debería pagar salarios que al menos fueran adecuados a las necesidades de los trabajadores y sus familias. Al hacer eso, debería tomar en cuenta el nivel general de salarios existente en el país, el coste de la vida, los beneficios de la seguridad social y los niveles de vida relativos de otros grupos sociales.
- ✓ Compensar a los trabajadores por las horas extraordinarias conforme a las leyes, regulaciones o convenios colectivos. Cuando solicite a los trabajadores que trabajen horas extraordinarias.
- ✓ Desarrollar, implementar y mantener una política de salud, seguridad y ambiente de trabajo que establezca claramente que la implementación de normas de buena salud, seguridad y medioambiente no debería ir en contra de un buen desempeño; ambas cuestiones se refuerzan mutuamente.

Medio Ambiente

10. ¿Se conocen los puntos críticos de la línea de producción que dan lugar a impactos ambientales y se tienen establecidas medidas para mitigar dicho impacto?

50 respuestas

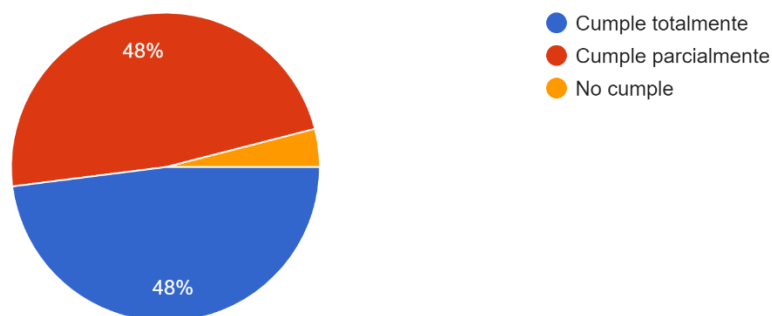


Imagen 11: resultados obtenidos en la pregunta 10

Fuente: Gráfica generada automáticamente en base a la información recolectada

11. ¿La empresa cuenta con programas dentro de la organización que sean amigables con el medio ambiente y que implementen la responsabilidad ambiental?

50 respuestas

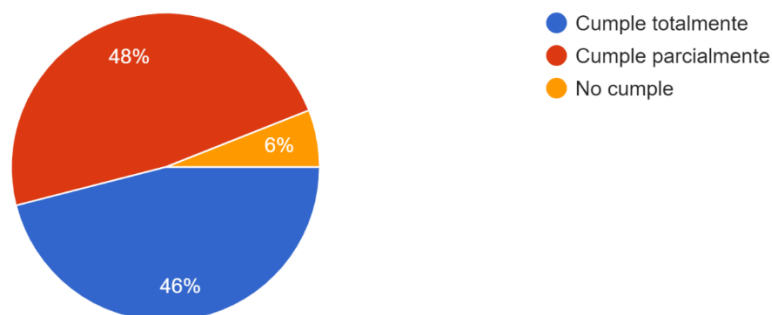


Imagen 12: Resultados obtenidos en la pregunta 11

Fuente: Gráfica generada automáticamente en base a la información recolectada

12. ¿Dentro del proceso productivo, se cuenta con implementaciones de SGA?

50 respuestas

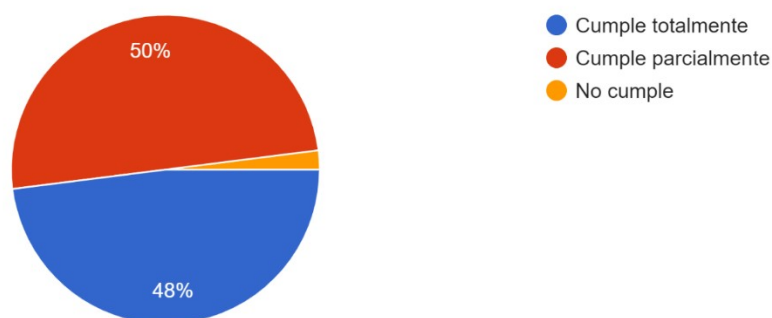


Imagen 13: Resultados obtenidos en la pregunta 12

Fuente: Gráfica generada automáticamente en base a la información recolectada

Continuando con la variable Medio Ambiente se generaron tres preguntas con el fin de recolectar información que nos pudiera proporcionar información acerca de que prácticas que implementa la empresa de lácteos Alpinas S.A y que sea amigables con el medio ambiente en la medida que cuide y proteja los recursos ambientales pensado en las generaciones futuras, para el análisis de esta se realizó una encuesta al personal que labora en esta, de acuerdo a la pregunta ¿Se conocen los puntos críticos de la línea de producción que dan lugar a impactos ambientales y se tienen establecida medidas para mitigar dicho impacto? se obtuvieron los siguientes resultados estadísticos con un 48% de los encuestados indicaron que cumple parcialmente y un 48% de los empleados indico que cumple parcialmente, cabe resaltar en este resultado que la cadena de producción de la empresa es muy grande y que las personas encuestadas son de diferentes áreas de producción es decir tenemos a los operarios, a los ingenieros de calidad y control de los productos, almacenamientos entre otros, y pues de acuerdo a esas áreas se tiene claro los impactos ambientales como en algunas no, continuando con la siguiente pregunta la cual es ¿La

empresa cuenta con programas dentro de la organización que sean amigables con el medio ambiente y que implementen la responsabilidad ambiental? se analizó que un 48% siendo el porcentaje más alto de los encuestados indico que la empresa cumple parcialmente con estos programas esto nos deja observar que se tiene programas que ayuden o contribuyan con el medio ambiente pero que no son aplicados en su totalidad, y por último y en base a la pregunta ¿Dentro de los procesos de producción se cuenta con implementación de SGA, se observó que un 50% de los entrevistados respondieron que la empresa cumple parcialmente con el sistema de gestión ambiental, la información recolectada y analizada anteriormente nos permitió conocer a profundidad que aspectos negativos se presentan al interior de esta empresa con relación a la variable medio ambiental, a lo que se sugiere que la empresa debería de implementar dentro de sus programas ambientales las siguientes recomendaciones:

- ✓ Evaluación del impacto ambiental: una organización debería evaluar los impactos ambientales antes de iniciar una nueva actividad o proyecto y usar los resultados de la evaluación como parte del proceso de toma de decisiones.
- ✓ Adquisición sostenible: en sus decisiones de compra, una organización debería tener en cuenta el desempeño ambiental, social y ético de los productos o servicios que está adquiriendo, a lo largo de todo su ciclo de vida, cuando sea posible, debería dar prioridad a productos y servicios con impactos minimizados, haciendo uso de programas de etiquetado sólidos e independientes que sean pertinentes, como el etiquetado ambiental.
- ✓ Liberación de productos químicos tóxicos y peligrosos: una organización que utiliza o produce productos químicos tóxicos y peligrosos, (tanto presentes naturalmente como antropogénicos), puede afectar de manera negativa a los ecosistemas y a la salud humana a través de impactos profundos (inmediatos) o crónicos (a largo plazo) resultantes de

emisiones o liberaciones. Los impactos pueden afectar a individuos de distinto género y edad de manera diferente.

- ✓ Eficiencia energética: una organización debería implementar programas de eficiencia energética para reducir la demanda de energía para edificios, transporte, procesos de producción, aparatos eléctricos y equipos electrónicos, la provisión de servicios u otros propósitos. Las mejoras en la eficiencia para del uso de la energía también deberían complementar los esfuerzos para avanzar en el uso sostenible de recursos renovables, tales como la energía solar, energía hidroeléctrica, energía de las olas y las mareas, energía eólica y biomasa.

Prácticas Justas de Operación

13. ¿Se implementan prácticas justas a la hora de realizar negociaciones con otras empresas?

50 respuestas

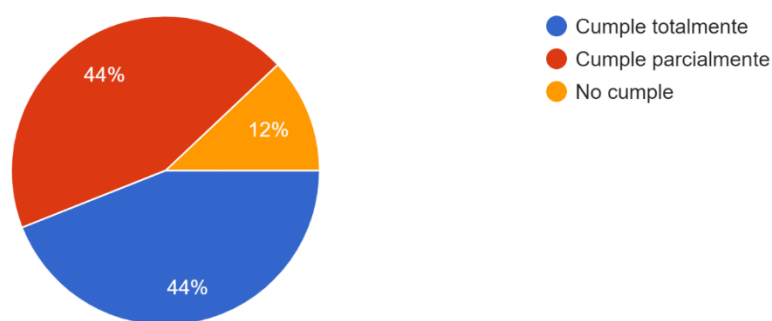


Imagen 14: Resultados obtenidos en la pregunta 13

Fuente: Gráfica generada automáticamente en base a la información recolectada

14. ¿La empresa cuenta con programas de motivación e intercambio de ideas innovadoras para sus colaboradores?

50 respuestas

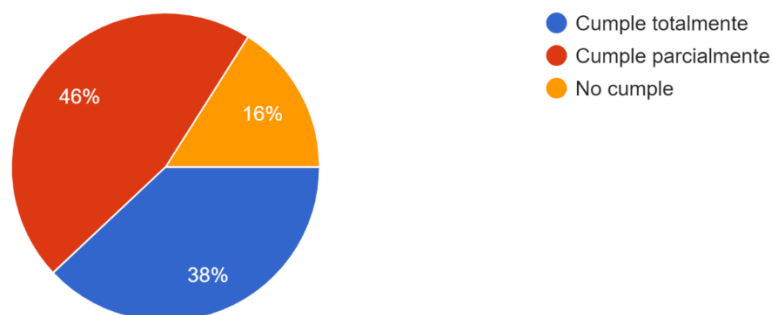


Imagen 15: Resultados obtenidos en la pregunta 14

Fuente: Gráfica generada automáticamente en base a la información recolectada

15. ¿Se cuenta con programas de fidelización de suministros y proveedores?

50 respuestas

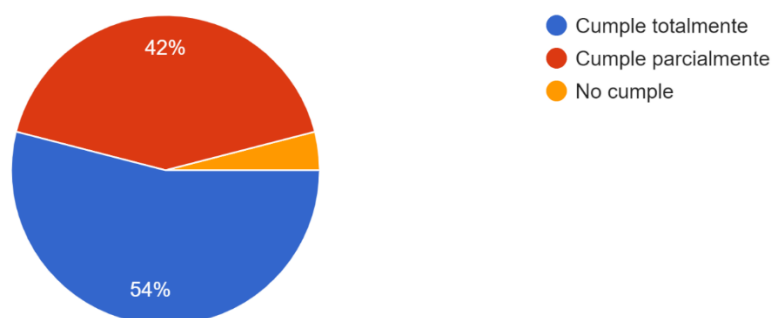


Imagen 16: Resultados obtenidos en la pregunta 15

Fuente: Gráfica generada automáticamente en base a la información recolectada

En estabilidad con los resultados de la aplicación de nuestra encuesta, encontramos para la variable de prácticas justa de operaciones, el dinamismo de una compatibilidad en los resultados de negociaciones con otras organizaciones, donde encontramos que un 44% son prácticas parcialmente justas, frente a otro 44% de totalidad en la aplicación de estas prácticas de intercambios de negociaciones justas para la organización, donde también podemos evidenciar un 12% negativo que afecta el no cumplimiento de estas prácticas.

En la respuesta de la segunda pregunta de la variable practicas justas de operaciones, evidenciamos que un 46% es efectivo en su totalidad para sus colaboradores el programa de motivación e ideas de la organización hacia el colaborador, en otro prospecto para el colaborador se centra en un 38% de una posible efectividad parcial, mostrando así un déficit de no conformación de un 16% donde su contexto seria de un gran porcentaje de inconformidad de sus colaboradores a la estructuración de estos programas de motivación laboral.

En la obtención de datos de la tercera pregunta, evidenciamos un 54% de conformación total, y un 42% de conformidad parcial para la fidelización de proveedores y suministros, realizando así la contribución de soluciones que transforman bajo aspectos de cultura y atracción para estos organismos. Dejando así un nivel bajo de un 4% de no conformidad e implementación de este programa de manejo de fidelización productiva.

La necesidad de la organización de ser éticamente y socialmente favorable, nos lleva a la necesidad de interactuar con políticas de desarrollo en prácticas de negociaciones justas, pues vemos que no son las adecuadas para la organización y debemos mejorarlas, por otra parte sus colaboradores no cuentan con una satisfacción máxima de conformidad en el programa de motivación para ellos, donde debemos realizar la mejora de este programa y la implementación

de un programa nuevo donde sean tomadas en cuenta sus ideas y por la realización de estas obtenga estímulos motivacionales para él y la mejora en sus prácticas de proceso.

Asuntos de Consumidores

16. ¿Se tienen establecidos canales de servicio al cliente orientados a dar solución a posibles inconformidades de los clientes?

50 respuestas

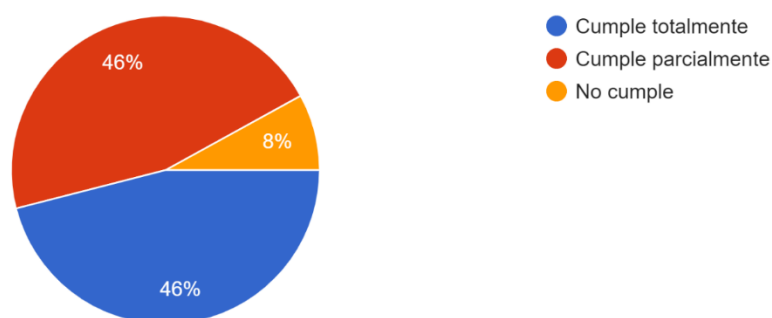


Imagen 17: Resultados obtenidos en la pregunta 16

Fuente: Gráfica generada automáticamente en base a la información recolectada

17. ¿La respuesta a las inquietudes, reclamos o sugerencias que realizan los consumidores con respecto a un producto o servicio brindado por la empresa es eficiente?

50 respuestas

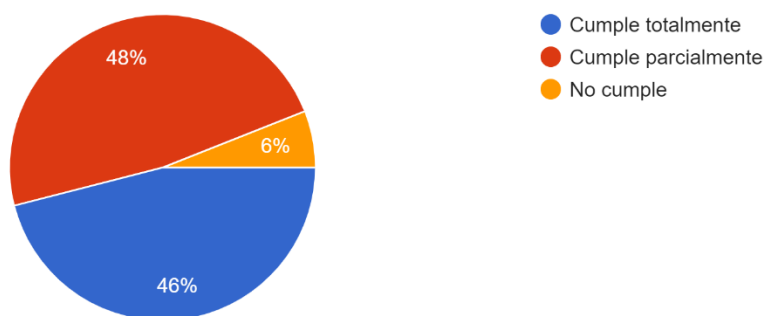


Imagen 18: Resultados obtenidos en la pregunta 17

Fuente: Gráfica generada automáticamente en base a la información recolectada

18. ¿La empresa cuenta con mecanismos de regulación de productos y servicios antes de la percepción del cliente?

50 respuestas

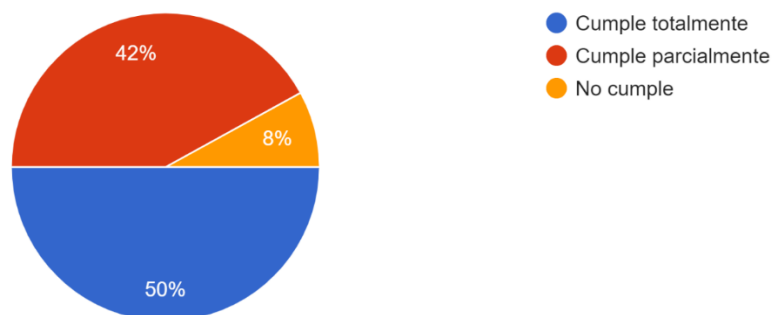


Imagen 19: Resultados obtenidos en la pregunta 18

Fuente: Gráfica generada automáticamente en base a la información recolectada

Para la implementación de estudio de la variable de asunto de consumidores, evidenciamos a través de la obtención de datos una compatibilidad de un 46 % de totalidad, frente a otro 46% de parcialidad en la aplicación de brindar soluciones mediante un canal de comunicación para sus clientes de confrontación a las peticiones de solución requeridas por los mismos, dejando un 8% de no conformidad e implementación de este programa de atención al cliente.

Para el análisis de la obtención de datos de la segunda pregunta, nos centramos en un 48% de aplicación parcial en reclamos y quejas de los consumidores, un 46% de conformidad en la aplicación total de los requerimientos del consumidor, y un 6% de la no aplicación de este programa, que atrae la prospectiva visionaria de los actos de perdurabilidad, estabilidad y reconcomiendo de la organización, pues sabemos que el consumidor es quien otorga la mayor parte de la razón.

Finalmente, el análisis de la variable de asuntos de consumidores, en la realización de su tercer pregunta nos permite determinar un 50 % de aplicación de conformidad total en la regulación del estándar, como lo es el programa de calidad para la revisión del producto antes de la obtención del cliente, dejando así una conformidad parcial de un 42% que no está aplicado conforme a los requisitos de la organización y que los agentes internos desearían que se efectuara y no obtuviera un 8% de conformidad negativa, es decir que este porcentaje no cuenta con esta supervisión.

La responsabilidad de la organización frente a sus consumidores, nos destaca una relación frente a las estrategias de marketing de la organización para el desarrollo del consumo sostenible y sustentable con la protección del consumidor. Es por eso que el estudio de la aplicación de estas variables nos destaca la realización de un mejoramiento en los canales de comunicación masiva, donde establezca la prioridad de las soluciones, reclamos y sugerencias del cliente. Por otra parte, se podría enfocar en la realización de un acto sub- estándar de un filtro de implementación de calidad en su proceso productivo, con pruebas técnicas diseñadas al mejoramiento y regulación de quejas y posibles interacciones del producto que afecte al consumidor.

Donde se debe considerar la implementación del 100% de estos aspectos, para garantizar las prácticas justas hacia el consumidor.

- ✓ Prácticas justas de marketing
- ✓ Protección de salud y seguridad para el consumidor
- ✓ Consumo sostenible
- ✓ Servicio de atención al cliente y resolución de quejas
- ✓ Protección y privacidad de datos del consumidor.

Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad

19. ¿La comunidad es impactada de forma positiva por parte de la empresa?

50 respuestas

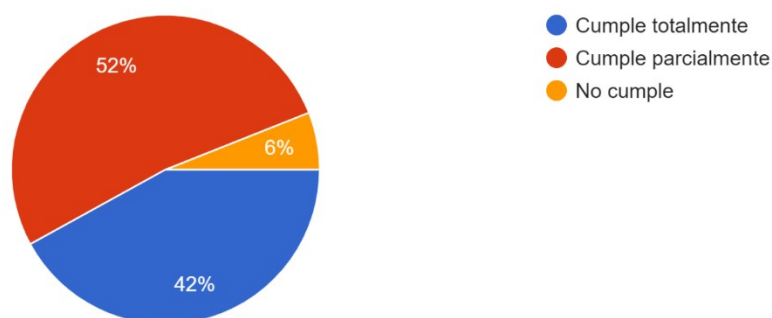


Ilustración 1: Resultados obtenidos en la pregunta 19

Fuente: Gráfica generada automáticamente en base a la información recolectada

20. ¿La empresa en sus estrategias de promoción, ofrece estrategias de marketing relacional con el fin de contribuir a solucionar alguna problemática dentro del entorno social?

50 respuestas

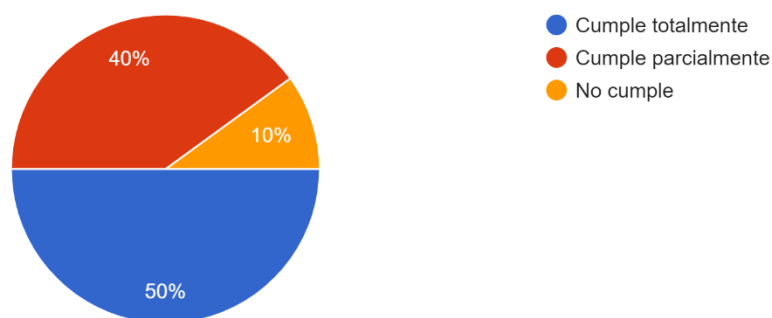


Imagen 20: Resultados obtenidos en la pregunta 20

Fuente: Gráfica generada automáticamente en base a la información recolectada

21. ¿Existen organismos, directivos, cooperativas dedicados a la función social y en bienestar de la misma?

50 respuestas

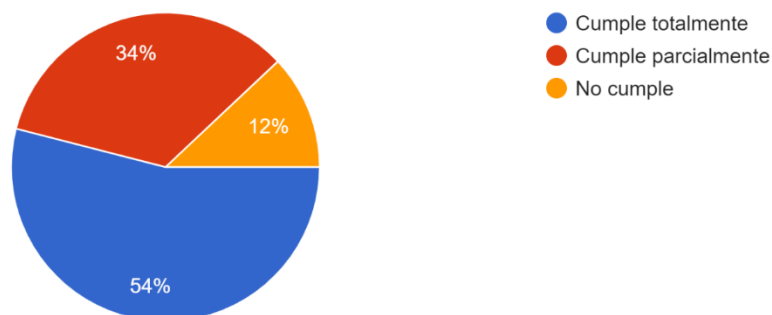


Imagen 21: Resultados obtenidos en la pregunta 21

Fuente: Gráfica generada automáticamente en base a la información recolectada

En base a la pregunta si la comunidad es impactada de forma positiva por parte de la empresa, esta nos arroja con un 52% que cumple parcialmente, la empresa debería en este sentido, fortalecer los recursos económicos y las relaciones sociales que generen beneficios para la comunidad. En concreto, debería prestarse especial atención a los grupos vulnerables: minorías étnicas, mujeres en situación de riesgo, etc., dado que las respuestas son de los mismos empleados de la empresa, ellos observan estas falencias. Pero no todo es negativo frente a este ítem también hay un 42% en el que la empresa impacta positivamente a la comunidad. El dinamismo en el sector, además, de los acuerdos de competitividad, se da conjuntamente con la implementación de la RSE, que promueven un mejor funcionamiento del mercado aplicable al sector lácteo, creando estímulos, conciencia y responsabilidad frente a las partes interesadas, asegurando la permanencia de las empresas, mejorando la modernización, la productividad y la competitividad. Por ultimo observamos una mínima parte correspondiente a un 6% en el que se

manifiesta que la empresa no cumple en lo absoluto, es importante reconocer que por más pequeña que sea la negatividad entre los empleados de Alpina, se observa que la empresa debe ir mejorando constantemente en prácticas que beneficien a la comunidad, establecer practicas anticorrupción, campañas contra la competencia desleal, programas de inocuidad alimentaria, asegurar las buenas prácticas de manufactura, establecimiento de una política ambiental responsable, involucrando a todos los grupos de interés, todo esto hace parte del programa de RSE.

En cuanto a la pregunta si dentro de las estrategias de promoción hay estrategias de marketing relacional que ayuden a solucionar problemáticas del entorno social, se puede observar que se obtuvo un 50% de que cumple totalmente con esa iniciativa empresarial, - Inversión social: insta a tratar al máximo, de que los proyectos de inversión en los que participe la organización mejoren la calidad de vida de los ciudadanos de la comunidad. La compañía también trabaja en el empoderamiento de la población campesina a partir de capacitaciones, talleres y visitas a aproximadamente 4.000 ganaderos, solo durante el año pasado. De la misma manera, se trabajan temas de asociatividad con dicha población (Alpina, 2017). A partir de esto se logra integrar a los pequeños productores de leche a la cadena de valor de la compañía. Es importante resaltar esta información ya que Alpina se preocupa tanto por los proveedores de su principal materia prima como son los ganaderos y de igual forma de los habitantes cercanos a la empresa. No significa que deba relajarse y no continuar implementando programas que mejoren la situación de su entorno.

A la pregunta si existen organismos, directivos, dedicados a la función social y en bienestar de la misma, el resultado nos arroja un 54% de que cumple totalmente con esta función.

Alpina, como organización dialogante, tomó la decisión en el 2014 de ampliar el número de interlocutores de sus grupos de interés, en cabeza de los líderes de la Organización.

Los equipos directivos en las diferentes sedes y los representantes de todos los niveles operativos y técnicos, reconocieron aspectos a mejorar, identificaron oportunidades de cambio y definieron acciones para hacer de Alpina una compañía todavía más querida y ganadora.

Pero por otro lado debemos observar que hay un porcentaje significativo de 34% que responde que cumple parcialmente, lo que significaría que hay etapas del proceso que presenta fallas, como las acciones dirigidas al desarrollo de las comunidades del entorno.

Marco lógico (Matriz)

A continuación, se observará el árbol de problemas, el cual ha sido diseñado con la intención de identificar la problemática central de la empresa Alpina S.A dicha identificación es desglosada de tal manera que se identifican las causas y efectos directos e indirectos, y el efecto final.

Stakeholders

Análisis de los involucrados, en este ambiente se tuvieron en cuenta la parte interna de la empresa Alpina S.A, empleados, áreas administrativas, áreas operativas, clientes y proveedores. (ver tabla 1)

Tabla 1: Stakeholders

Grupo	Interés	Problemática	Recursos
Áreas administrativas	Bonificaciones con el fin de mejorar la motivación laboral.	Temas tan importantes como RSE son desconocidos por el	Canales de comunicación, gestión humana.

Mejorar el ambiente organizacional de la empresa.

personal que labora en la empresa.

Capacitaciones y charlas periódicas acerca de SG- SST

Empleados	Calidad laboral y oportunidades para el crecimiento profesional de sus empleos.	Jornadas laborales extensas y desgastantes, clima laboral pesado, y poca adecuación de la norma ISO 26000	Canales de comunicación
	Estabilidad laboral, horarios flexibles y pago de horas extras ordinarias y festivas.		
Proveedores	El uso y la implementación de artículos o productos con empaques biodegradables.	Falta de sensibilización y concientización en temas relacionados con la atención ambiental	Mejorar sus políticas y lineamientos con la organización con el fin de poseer una información en aras de aportar con el medio ambiente.

Clientes	<p>Complacer las necesidades de los clientes ofreciendo productos que sea altamente amigables con el ambiente, productos con los más altos patrones de calidad.</p>	<p>Mejorar servicio post venta</p>	<p>Canales de comunicación entre empresa y clientes.</p>
----------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------	----------------------------------------------------------

Fuente 1: Hecha por los autores

Nota: la tabla 1 nos deja evidenciar los actores que actúan en el estudio realizado a la empresa objeto de estudio.

Árbol de problemas

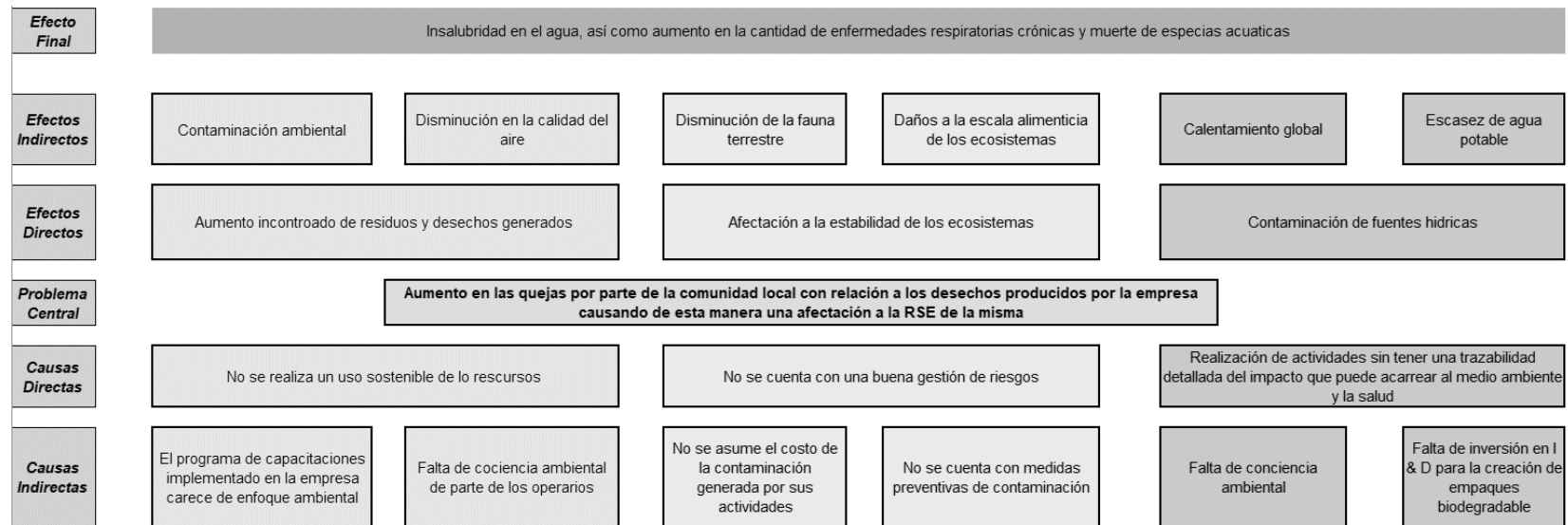


Imagen 22: Árbol de problemas

Fuente: Hecha por los autores

A continuación, se da a conocer el árbol de objetivos en el cual la problemática central identificada previamente en el árbol de problemas se presenta a manera de objetivo, de igual manera las causas directas, indirectas, efectos directos e indirectos y efecto final. Cabe decir que el árbol de objetivos se establece con la intención de llevar a cabo la identificación de las diferentes oportunidades de mejora que tiene la empresa Alpina S.A.

Árbol de objetivos

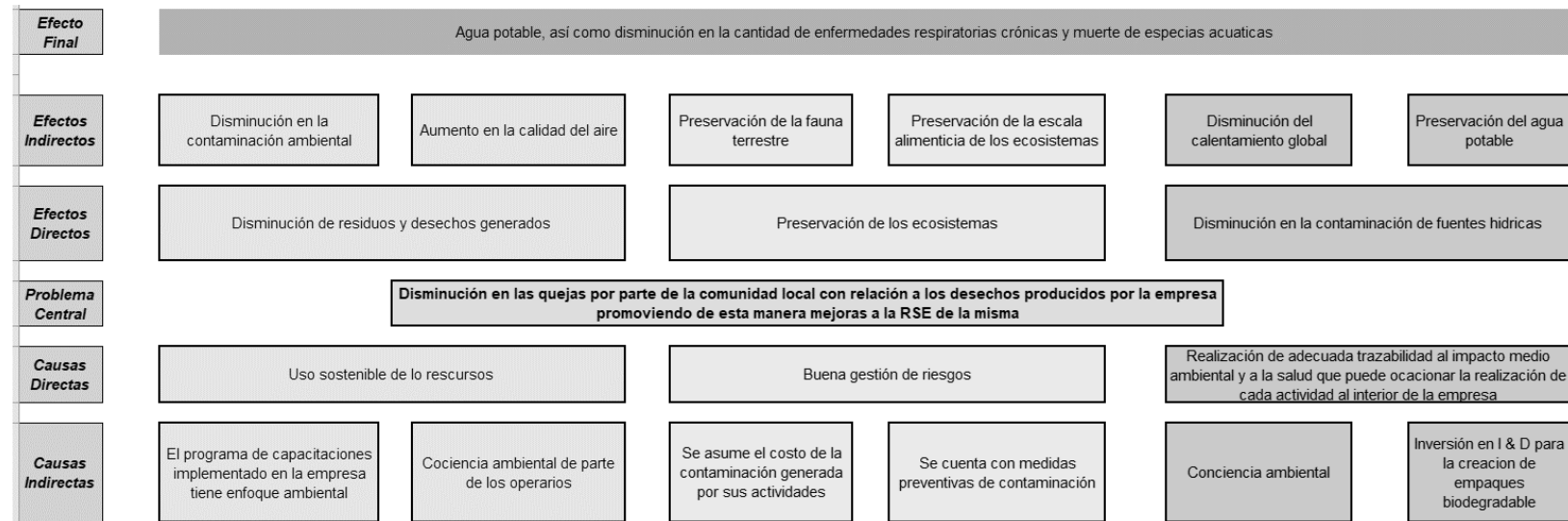


Imagen 23: Árbol de objetivos

Fuente: Hecha por los autores

Mapa estratégico

(Ver Img 24)

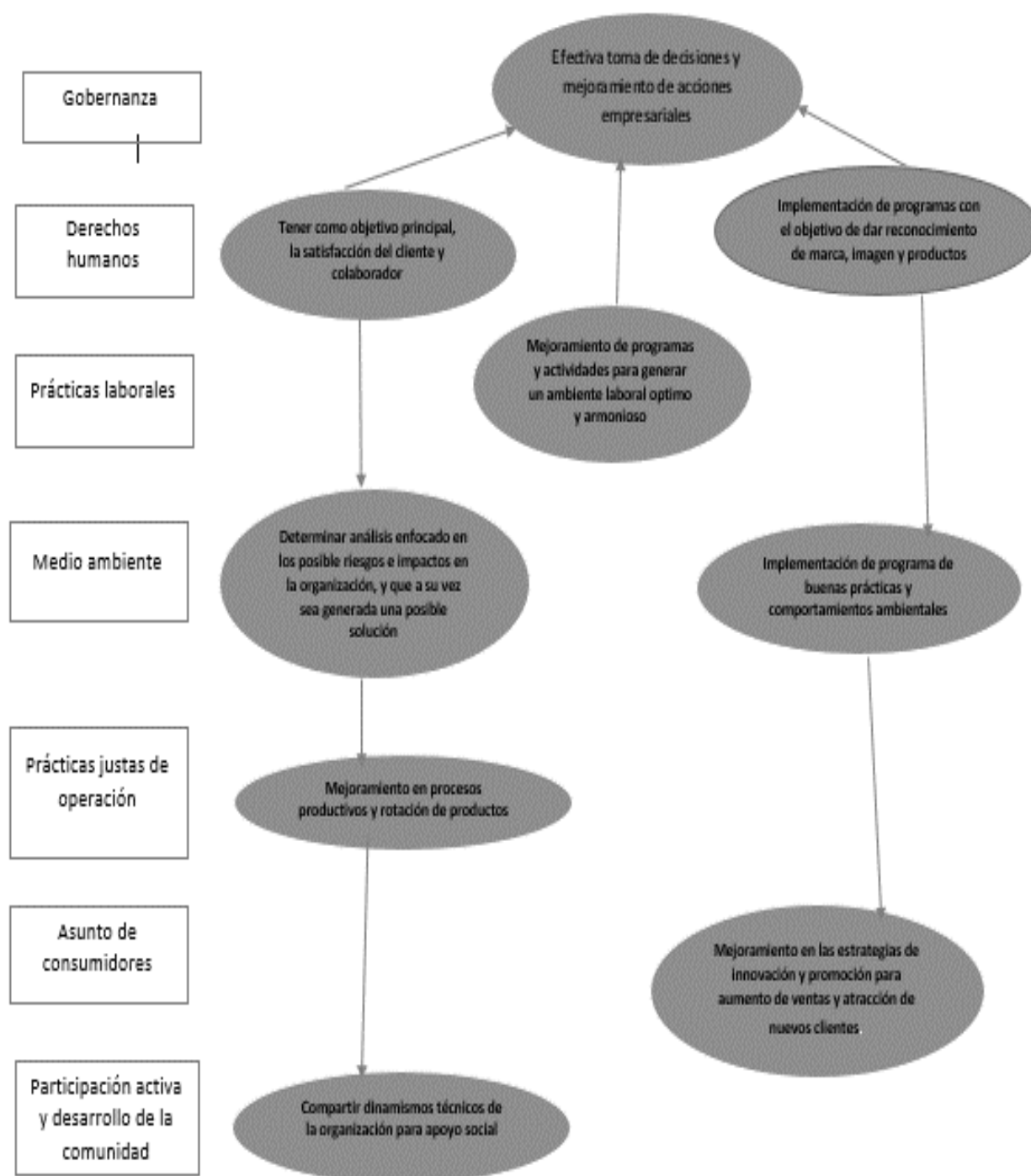


Imagen 24: Mapa estratégico

Fuente: Hecha por los autores

Capítulo 4. Plan de Mejoramiento Plan de acción y de seguimiento

Plan de acción y seguimiento (ver tabla 2)

Tabla 2: Plan de acción y seguimiento económico

La RSE como mecanismo participativo para llevar a cabo la disminución de las quejas por parte de la comunidad local con relación a los desechos producidos por la empresa					
Tabla 1 Plan de acción y de seguimiento. RSE				Inversión Total	\$ 366.617.500
Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Económica	Establecer la perdurabilidad de las finanzas	Llevar a cabo el lanzamiento de diferentes promociones con la intención de incrementar las ventas	3 meses	\$ 73.323.500	Promedio histórico de ventas / ventas realizadas con los nuevos lanzamientos
		Evitar pérdidas de productos, mediante la correcta rotación del mismo	1 mes		Total productos producidos / total productos en pérdida
	Garantizar la perdurabilidad del mercado	Establecer nuevas alianzas con proveedores con la intención de garantizar la calidad en materias primas y reducir costos en las mismas	3 meses		# total de proveedores / # total de alianzas realizadas
					# de productos ofrecidos / # de productos innovados
Social	Generar mejora en nuevos mercados	Generar innovación y mejora en la calidad del producto, para mejorar punto de vista del consumidor	3 meses	\$ 146.647.000	
	Garantizar bienestar y fidelización del cliente	Mejora en los procesos de producción, para que a su vez se mejore el producto y sus emisiones	3 mes		# de procesos de producción / # de procesos mejorados
	Garantizar que el ambiente laboral al interior de la organización sea agradable	Garantizar que el área comercial se encuentre en constante capacitación y motivación, para la mejora del clima organizacional	1 mes		# de capacitaciones / # de capacitaciones sobre clima organizacional
Ambiental	Generar condiciones dignas de RSE	Realizar reuniones y charlas en las que se comuniquen los objetivos de RSE	3 meses	\$ 146.647.000	# de reuniones / # de reuniones para socializar objetivos de la RSE.
	Asegurar la implementación de las actividades productivas para que sean realizadas bajo los lineamientos ambientales	Mejora e implementación de políticas de calidad ambiental, por parte de la organización	1 mes		Porcentaje de cumplimiento de las políticas ambientales
	Determinar cumplimiento con el sistema de gestión ambiental	Ser consecuente con los cambios requeridos por la normativa legal vigente en procesos ambientales del SGA	12 meses		Porcentaje de cumplimiento en SGA
	Promover que los recursos naturales de la organización se utilicen de forma eficiente.	Incluir en el programa de capacitaciones a los empleados, el uso adecuado del agua y la energía	3 meses		# de capacitaciones semestrales sobre uso adecuado del agua y la energía
Total costos e inversión				\$ 366.617.500	

La RSE como mecanismo participativo para llevar a cabo la disminución de las quejas por parte de la comunidad local con relación a los desechos producidos por la empresa				
	Total presupuesto			\$ 366.617.500
Gastos	Unidad de medición	Cantidades	Coste unitario (en miles de \$)	Costo (en miles de \$)
1. Talento humano Recursos Humanos				
1.1 Salarios (importes brutos, personal local)				
1.1.1 Personal técnico	Mes	5	\$ 1.500.000	\$ 7.500.000
1.1.2 Personal administrativo	Mes	2	\$ 2.000.000	\$ 4.000.000
1.1.3 Personal Otro (ej. Asesores)	Mes	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
Subtotal Recursos Humanos 1				\$ 14.500.000
2. Equipos y Materiales				
2.1 Mobiliario	Muebles	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
2.2 Equipos informáticos	Equipos	5	\$ 2.500.000	\$ 12.500.000
2.3 Otros (licencias varias y de equipos)	Equipos	5	\$ 200.000	\$ 1.000.000
2.4 Equipos de oficina	Kit	2	\$ 1.000.000	\$ 2.000.000
2.5 Equipo para mediciones ambientales	Equipos	2	\$ 10.000.000	\$ 20.000.000
Subtotal Equipos y Material 2				\$ 15.500.000
3. Oficina local/Costes de la Acción				
3.1 Material de oficina (papelería)	Mes	2	\$ 500.000	\$ 1.000.000
3.2 Otros servicios (teléfono, internet, energía, agua, administración)	Material de oficina	5	\$ 50.000	\$ 250.000
Subtotal Oficina local/Costes de la Acción 3				\$ 1.250.000
4. Otros costes, servicios⁸				
4.1 Viáticos, hospedaje, alimentación	Por persona	8	\$ 600.000	\$ 4.800.000
4.2 Estudios ambientales	Por planta	5	\$ 2.000.000	\$ 10.000.000
4.3 Promociones	Ciudades principales	6	\$ 10.000.000	\$ 60.000.000
4.4 Innovación y desarrollo	En líneas de productos	5	\$ 20.000.000	\$ 100.000.000
4.5 Mejora en los procesos de producción	En líneas de productos	5	\$ 20.000.000	\$ 100.000.000
4.6 Capacitaciones	Por planta	5	\$ 6.000.000	\$ 30.000.000
Subtotal Otros Costes/Servicios 4				\$ 304.800.000
5 Del (1 - 4) Subtotal costes directos				\$ 336.050.000
6 Provision reservas e imprevistos				
6.1 Provision la reserva de imprevistos (máximo 10% del punto 5, subtotal de los costes directos elegibles de la Acción)				\$ 30.480.000
Sub total. Provision reservas e imprevistos. 6				\$ 30.480.000
7. Costes administrativos (Máximo el 7 por ciento, frente al sitio 3, total costos en acción)				
7.1 precio administrativo (7% del punto 3)				\$ 87.500

Subtotal Costos administrativos. 7				\$ 87.500
8 COSTOS TOTALES (5 + 6 + 7)				\$ 366.617.500

Fuente: Hecha por los autores

Dimensión Económica

Busca la satisfacción de objetivos necesarios para fortalecer las finanzas de la organización, y así garantizar la perdurabilidad en el mercado, con alternativas de implementación de estrategias, donde su enfoque está determinado en aumentar las ventas, innovar y rotar el producto, realizar lanzamiento de promociones. Todo esto con el fin entablar nuevas en mejoramiento de costos y procesos

Dimensión social

Esta dimensión está enfocada en la parificación activa de los organismos de apoyo social, que garantizan los procesos de la organización efectúen una participación de los órganos de interés. Los consumidores, clientes y colaboradores serán su mayor tesoro como organización, donde se deseará al máximo una satisfacción en los productos, que determinen su excelente calidad, frente a un manejo justo de precios y posteriormente una efectiva relación de clientes, proveedores, y colaboradores.

Dimensión ambiental

Los procesos de producción llevados a cabo por la organización son requirentes de recursos, que dan una proporción de desechos de gran importancia para impactos ambientales. Es por eso que la compañía se enfoca de sus propios procesos, además de los posibles residuos y consecuencias que estos procesos pueden generar, donde se establece una implementación en sus capacidades técnicas y profesionales en cuanto acciones de mejora con capacitaciones, auditorias entre otras acciones donde buscan siempre brindar en sus procesos los tratamientos satisfactorios y limpios donde no se obtenga un mínimo de efectos adversos al medio ambiente

Conclusiones

El ámbito de estudio de la RSE, es la manera correcta en que las organizaciones o empresas contribuyen con el crecimiento de una sociedad en aspectos tales como: socio-económicos, medio ambientales, culturales entre otros aspectos, podemos decir que la relación existente entre la RSE y los contextos socio-económicos del país refleja la importancia de su desarrollo y de la capacidad para la eficaz toma de decisiones.

Con este trabajo se logró trazar objetivos y estrategias partiendo desde la visión tomando como origen el planteamiento del problema central de la empresa Alpina S.A en donde se logró aplicar los mapas estratégicos con relación a la normativa ISO 26000 al igual que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), esto nos permitió desarrollar habilidades en pro del mejoramiento continuo de la empresa en donde se adquirió conocimientos para la toma de decisiones asertivas.

La contribución efectiva en relación a estudio de investigación de los actores sociales frente a los campos de acción de la organización, son en efecto determinados a los objetivos empresariales de brindar un actor de desempeño masivo y socialmente atrayente. Por otra parte, este estudio de investigación nos genera una prospectiva del cumplimiento normativo frente a las actuaciones de las organizaciones.

En diferentes espacios se escucha hablar sobre la Responsabilidad Social Empresarial o RSE, sin embargo, sin el estudio juicioso del tema no es posible dimensionar la importancia y trascendencia que tiene la aplicación de este plan para las empresas, puesto que esto las acerca más a los grupos de interés, generando trabajo en equipo, lo cual facilita el logro de metas y objetivos.

Bibliografía

- Alpina. (2017). *Implementacion de la RSE* . Obtenido de Alpina: <https://www.alpina.com/corporativo/somos-alpina/noticias/alpina-es-condecorada-con-el-premio-andesco-a-la-responsabilidad-social>.
- Alpina. (2017). *Política de tratamiento de la información*. Obtenido de Alpina: https://www.alpina.com/portals/_default/terminos-condiciones/politica-informacion
- Alpina. (2018). *Misión, visión y valores de Alpina S.A.* Obtenido de Alpina: <https://www.alpina.com/sostenibilidad/informes-de-sostenibilidad>
- Arevalo- Martínez , R. I., & Ortíz-Rodríguez , H. (2019). Comunicación organizacional web de la ética en las organizaciones del tercer sector . *El profesional de la Información* , 1-11.
- Bernal , E. (2010). Ética profunda en la empresa como base de la sostenibilidad sistémica. *Revista Empresa y Humanismo*, 77-120.
- Bruzco , M. (2015). Pensamiento estratégico emergente en la construcción de la realidad sustentable, Sector Cacao, estado Sucre, Venezuela. *Revista Ciencias Sociales y Humanidades*, 74-99.
- Cajiga , J. (2013). El concepto de Responsabilidad Social Empresarial. *la dimensión integral de la Responsabilidad Social Empresarial*, 5. Obtenido de https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Cesar Saenz , A. (2016). *Guía de responsabilidad social*. Obtenido de <https://cupdf.com/document/iso-26000-guia-de-responsabilidad-social-cesar-saenz-acosta.html>.
- De la cruz, C., & Fernández, J. (2016). Marco conceptuall de la ética y la responsabilidad social empresarial: un efoque antropológico y estratégico. *Empresa y Humanismo* , 69-118.
- Duque , Y., Cardona , M., & Rendón , J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías; índices, estándares y certificaciones . *Cuadernos de Administración* , 196-206 .
- El Espectador. (2015). Alpina cumple 7° años alimentado a los colombianos. *El espectador*. Obtenido de <https://www.elespectador.com/economia/alpina-cumple-70-anos-alimentando-a-los-colombianos-article-562477/>
- Fonseca , R. (2019). El desarrollo sostenible humano local: La evolución de la inclusión del territorio en las teorías del desarrollo. *Economía y Desarrollo*, 162(2), 1-18. Obtenido de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=139381284&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Gioffreda , C. (2019). Los pilares del pensamiento estratégico: La negociación, la compulsión y la destrucción aplicado al caso argentino. *Reflexión y Análisis Político*, 24(2), 331-352.
- Gonzáles Castro , Y., Manzano Durán , O., & Torres Zamudio , M. (2019). *Capítulo 2: Descripción de las categorías relacionadas con la responsabilidad social universitaria*. Libros Universidad Nacional Abierta y a Distancia.

- González Castro , Y., Manzano Durán , O., & Torres Zamudio , M. (2019). *Evolución de la responsabilidad social universitaria: Línea del tiempo y análisis bibliométrico*. Libros Universidad Nacional Abierta y a Distancia.
- González , A. (2007). Diseño de un mapa estratégico para el mejoramiento de la gestión gerencial. *Pymes del sector metalmecánico del municipio de Guacara del Estado de Carabobo*. Obtenido de <http://www.riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/4342/1/agonzalez>.
- González , Y., Manzano , O., & Torres , M. (2019). *Capítulo 3: Integración sistémica de las categorías dentro de un plan de responsabilidad social Universitaria*. Libros Universidad Nacional Abierta y a Distancia. <https://www.alpina.com/sostenibilidad/informes-de-sostenibilidad>. (s.f.).
- ISO, N. (2010). *ISO 26000*. Obtenido de Guía de responsabilidad social : <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>
- ISO, N. (2010). *ISO 26000*. Obtenido de Responsabilidad Social Visión general del proyecto: https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf
- León , M., & León , R. (2018). Gestión de la Responsabilidad Social empresarial del sector alimentario Venezolano y ciudadanía. *Revista Orbis*, 13(39), 15-29. Obtenido de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=129587482&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Llanes , M., & Salvador , Y. (2018). Convergencia de la ética pública y los objetivos de desarrollo sostenible: Resorte subjetivo valioso. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 6(1), 1-28.
- Marulanda, N., & Rojas , M. (2019). Ética en Instituciones de Educación Superior para la construcción de reelaciones de Confianza con grupos de interés (Stakeholders). *Información Tecnológica*, 30(3), 269-276.
- Medina , M., & Moreno , C. (2009). Diseño de un modelo de gestión RSE a la empresa Micro Pneumatic. Obtenido de <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/1140/2009-49P-08.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Muñoz , E. (2009). Cuadro de Mando Integral (Balanced Scorecard) para la gestión bibliotecaria: pautas para un aplicación. *Investigación bibliotecológica*, 23(48), 105-126.
- Ocampo , O., García , J., Ciro , L., & Forero , Y. (2015). Responsabilidad social en pequeñas empresas del sector de Alimentos y Bebidas de Caldas. *Entramado*, 11(2), 72-90.
- Organización Internacional de Normalización ISO. (2010). *Guía de responsabilidad social empresarial*. Obtenido de ISO 26000: <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>
- Ortegón , G., Castrillón , O., & Ruíz , S. (2019). Los grupos de interés en la programación de producción de un sistema de manufactura "Job Shop". *Revista EIA*, 16(32), 65-84.
- Ramírez , I., Nelson , L., & Harold , S. (2020). gerencia Estratégica para la Gestión de personas del sector minero de Venezuela, Colombia y Chile. *Información Tecnológica*, 31(1), 133-140.

- Rodríguez , Y., Cabrera , J., & Frías , B. (2018). Responsabilidad social empresarial. Camino hacia una gestión organizacional estratégica. *Folletos Gerenciales*, 22(3), 180-189. Obtenido de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=131500116&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Sánchez , N. (2007). El marco lógico. Metodología para la planificación, seguimiento y evaluación de proyectos. *Visión Gerencial*(2), 328-343.
- Vargas Chaves , I., & Marrugo Salas , L. (2015). La responsabilidad social empresarial como criterio orientador para la sostenibilidad y la ética de las actividades del sector bancario. *Jurídicas*(2), 42.

Anexos

Anexo A. Enlace al código de Ética

[Código Ético Alpina S.A e-Book](#)

Anexo B. Formato de Recolección de información para la empresa Alpina S.A

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdEPM2wOO6iB1utqoa46KRVIarvuOZPKMJQE27I1kcl-WqMMg/viewform>

INSTRUMENTO DE DIAGNÓSTICO APLICADO A ALPINA S.A

1. ¿La empresa tiene implementado un conducto regular para denunciar actos de corrupción al interior de la misma el cual es conocido por todos los empleados que la conforman?

- ☐ Cumple totalmente
- ☐ Cumple parcialmente
- ☐ No cumple

2. ¿Existe un programa con el fin de promover la representación justa de grupos minoritarios, (incluyendo mujeres y grupos raciales y étnicos), en cargos directivos de la organización?

- ☐ Cumple totalmente
- ☐ Cumple parcialmente
- ☐ No cumple

3. ¿Los mecanismos de participación establecidos, son enfáticos en la promoción de igualdad para sus empleados?

- ☐ Cumple totalmente
- ☐ Cumple parcialmente
- ☐ No cumple

4. ¿Los tratos entre los diferentes empleados de la empresa promueven los derechos establecidos en la carta universal de los derechos humanos?

- ☐ Cumple totalmente
- ☐ Cumple parcialmente
- ☐ No cumple

5. ¿La empresa promueve prácticas que establezcan el respeto y el derecho a un trabajo digno, en donde no se vean violados sus derechos?

- ☐ Cumple totalmente
- ☐ Cumple parcialmente
- ☐ No cumple

6. ¿Existen medidas que permitan medir la manera en que las actividades existentes y propuestas puedan afectar los derechos del empleado?

- ☐ Cumple totalmente
- ☐ Cumple parcialmente
- ☐ No cumple

7. ¿Los empleados son sometidos a procesos constantes que pretenden evaluar la satisfacción de los mismos con la carga laboral, horarios de trabajo y salarios?

- ☐ Cumple totalmente
- ☐ Cumple parcialmente
- ☐ No cumple

8. ¿Dentro de las prácticas laborales establecidas por la empresa existen procedimientos disciplinarios y de conflicto que son aplicados por esta?

- ☐ Cumple totalmente
- ☐ Cumple parcialmente
- ☐ No cumple

9. ¿Dentro de la empresa existen normas que garanticen la igualdad de oportunidades para todos los trabajadores y que estas no discriminen ya sea de una manera indirecta o directa en ninguna práctica laboral?

- ☐ Cumple totalmente
- ☐ Cumple parcialmente
- ☐ No cumple

10. ¿Se conocen los puntos críticos de la línea de producción que dan lugar a impactos ambientales y se tienen establecidas medidas para mitigar dicho impacto?

- ☐ Cumple totalmente
- ☐ Cumple parcialmente
- ☐ No cumple

11. ¿La empresa cuenta con programas dentro de la organización que sean amigables con el medio ambiente y que implementen la responsabilidad ambiental?

- ☐ Cumple totalmente
- ☐ Cumple parcialmente
- ☐ No cumple

12. ¿Dentro del proceso productivo, se cuenta con implementaciones de SGA?

- ☐ Cumple totalmente
- ☐ Cumple parcialmente
- ☐ No cumple

13. ¿Se implementan prácticas justas a la hora de realizar negociaciones con otras empresas?

- ☐ Cumple totalmente
- ☐ Cumple parcialmente
- ☐ No cumple

14. ¿La empresa cuenta con programas de motivación e intercambio de ideas innovadoras para sus colaboradores?

- ☐ Cumple totalmente
- ☐ Cumple parcialmente
- ☐ No cumple

15. ¿Se cuenta con programas de fidelización de suministros y proveedores?

- ☐ Cumple totalmente
- ☐ Cumple parcialmente
- ☐ No cumple

16. ¿Se tienen establecidos canales de servicio al cliente orientados a dar solución a posibles inconformidades de los clientes?

- ☐ Cumple totalmente
- ☐ Cumple parcialmente
- ☐ No cumple

17. ¿La respuesta a las inquietudes, reclamos o sugerencias que realizan los consumidores con respecto a un producto o servicio brindado por la empresa es eficiente?

- ☐ Cumple totalmente
- ☐ Cumple parcialmente
- ☐ No cumple

18. ¿La empresa cuenta con mecanismos de regulación de productos y servicios antes de la percepción del cliente?

- ☐ Cumple totalmente
- ☐ Cumple parcialmente
- ☐ No cumple

19. ¿La comunidad es impactada de forma positiva por parte de la empresa?

- ☐ Cumple totalmente
- ☐ Cumple parcialmente
- ☐ No cumple

20. ¿La empresa en sus estrategias de promoción, ofrece estrategias de marketing relacional con el fin de contribuir a solucionar alguna problemática dentro del entorno social?

- ☐ Cumple totalmente
- ☐ Cumple parcialmente
- ☐ No cumple

21. ¿Existen organismos, directivos, cooperativas dedicados a la función social y en bienestar de la misma?

- ☐ Cumple totalmente
- ☐ Cumple parcialmente
- ☐ No cumple

Enviar